

# **PENGARUH KUALITAS JASA AUDIT TERHADAP KEPUASAN KLIEN KANTOR AKUNTAN PUBLIK PADA PERUSAHAAN SWASTA DI JAWA**

## **TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Memperoleh derajat S-2 Magister Sains Akuntansi



Diajukan oleh :

**Nama : Yulianti**

**NIM : C4C005287**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2008**

## ***ABSTRACT***

*This research is to re-examine the effect of service quality audit from Tangible, Reliability, Responseveness, Empathy and Assurance dimenssion on customer satisfaction of Audit Firm in Java Public Company empirically as Ismail et al. (2006) studies but in a different sample location. This study as for becoming object from this research is customer Audit Firms which located in Java.*

*The primary data of this received from a client of Audit Firm in Java, that collected by mail survey and personal contact. A 300 questionnaires are send via mail survey to client of Audit Firm and 100 via personal contact. A 89 respondents give their perception (respon rate 22,25%). The data analyze by using regression analysis.*

*Result of hypothesis Examination indicate that there is influence between service quality audit from tangibles, responsiveness and Empathy dimenssion on customer satisfaction. This indicated that tangibles, responsiveness and Empathy dimenssion of service audit quality have significant impact on customer satisfaction. There are not influence between service quality audit from Reliability and Assurance dimenssion on customer satisfaction. This indicated that Reliability and Assurance dimenssion of service audit quality have not significant impact on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality Audit, Customer Satisfaction, Reliability, Responseveness, Assurance, Empathy, Tangibles*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan makin meningkat, banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal tersebut. Diantaranya adalah pemasaran, konsumen dan peneliti perilaku konsumen yang berhubungan dengan layanan yang diharapkan pelanggan dan layanan yang diterima oleh pelanggan (Zeithaml *et al.*, 1996).

Ketatnya persaingan, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Salah satu usaha untuk menciptakan kepuasan terhadap pelanggan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik terutama pada bidang jasa. Unit-unit pelayanan yang terdahulu hanya bersaing dengan tujuan agar layanan yang dilakukan dapat memberikan fungsi yang lebih efektif dan efisien. Hanya unit layanan yang dapat melayani dengan cepat terhadap kebutuhan konsumen yang mampu melaksanakan pekerjaan secara efektif dan efisien serta dapat

tercapainya kepuasan pelanggan. Telah banyak penulis yang mendefinisikan kualitas berdasar sudut pandang masing-masing. Dari beberapa definisi tersebut mengarah pada usaha untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Sedangkan harapan konsumen setiap saat akan berubah sesuai tuntutan perkembangan jaman, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas unit layanan harus selalu berubah sesuai dengan harapan konsumen untuk terciptanya kepuasan konsumen.

Pelayanan berkualitas yang dapat dinikmati oleh pelanggan merupakan strategi penting untuk dapat mencapai keberhasilan dalam dunia yang penuh persaingan. Selain itu, pelayanan yang lebih berkualitas akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar karena adanya peningkatan volume penjualan dan penjualan ulang. Adanya “*superior service quality*” akan membentuk perilaku minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh pemberi jasa secara meningkat “*favourable*” (Zeithaml *et al.*, 1996).

Persepsi atas kualitas jasa audit yang dihasilkan oleh KAP akan sangat bermanfaat bagi Investor dan pemakai laporan keuangan yang terkait dengan manfaat audit dalam pelaporan keuangan. Oleh karena itu, kemampuan menyediakan jasa audit yang berkualitas tinggi menjadi fokus penting yang harus diperhatikan oleh Kantor Akuntan Publik (KAP). Audit yang dilakukan secara efektif akan menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas, relevan dan dapat dipercaya atau *reliable* (Halim, 2003).

Sampai saat ini belum ada definisi yang pasti mengenai kualitas audit. Hal ini disebabkan tidak adanya pemahaman umum mengenai faktor penyusunan

kualitas audit dan sering terjadi konflik peran antara berbagai pengguna laporan audit. Pengukuran kualitas audit membutuhkan kombinasi antara ukuran hasil dan proses. Pengukuran hasil lebih banyak digunakan karena pengukuran proses tidak dapat diobservasi secara langsung sedangkan pengukuran hasil biasanya menggunakan ukuran besarnya Kantor Akuntan Publik. Terdapat empat alasan mengapa audit atas laporan keuangan diperlukan, yaitu karena adanya perbedaan kepentingan, konsekuensi, kompleksitas, serta keterbatasan akses (Halim, 2003).

Ukuran kualitas pelaksanaan audit selalu mengacu pada standar-standar yang ditetapkan, meliputi standar umum, standar pekerjaan lapangan, dan standar pelaporan (IAI, 2001). Kualitas audit telah menjadi isu yang penting, banyak para pengguna laporan auditor mengkritik tentang kualitas pekerjaan akuntan. Penelitian sebelumnya, menemukan bukti bahwa banyak kelompok selain auditor yang menunjukkan ketertarikan mereka pada masalah kualitas audit. Dengan kata lain, pengguna jasa audit dapat memberi penilaian atas kualitas audit (Halim, 2003).

Kantor Akuntan Publik (KAP) dapat memenangkan persaingan dengan cara meningkatkan kualitas jasa audit yang diberikan pada klien. Pemberian jasa oleh KAP harus memperhatikan kepuasan klien, karena konsumen memainkan peran yang penting bagi keberlangsungan dan kesuksesan KAP itu sendiri. Jasa yang diberikan oleh staf profesional suatu Kantor Akuntan Publik dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu jasa atestasi dan jasa non atestasi. Jasa atestasi adalah suatu pernyataan pendapat atau pertimbangan seseorang yang independen dan kompeten mengenai kesesuaian, dalam segala hal yang signifikan asersi suatu

entitas dengan kriteria yang telah ditetapkan. Sedangkan jasa non attestasi yang diberikan suatu Kantor Akuntan Publik yaitu jasa akuntansi, pajak, dan jasa konsultasi manajemen (Halim, 2003).

Penelitian tentang kepuasan klien KAP telah dilakukan oleh Ismail, *et al.* (2006), dimana faktor-faktor kepuasan klien yang digunakan adalah kualitas audit yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responseveness*, *empathy* dan *assurance*. Responden penelitian yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang ada di Malaysia yang menggunakan jasa audit.

Ismail *et al.*, (2006) mengemukakan keterbatasan dalam penelitiannya yaitu terbatasnya jumlah perusahaan-perusahaan yang ada di Malaysia yang menggunakan jasa audit, sehingga hasil penelitiannya tidak bisa digeneralisir untuk semua perusahaan. Keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ismail *et al.* (2006) mendorong untuk dilakukan pengujian kembali terkait pengaruh kualitas jasa audit terhadap kepuasan klien. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail *et al.* (2006) adalah responden yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu perusahaan yang menggunakan jasa Kantor Akuntan Publik yang ada di Pulau Jawa. Hal ini dikarenakan Pulau Jawa merupakan sentra aktifitas baik industri maupun pemerintahan yang lebih kompleks dibandingkan dengan pulau-pulau lainnya yang ada di Indonesia, sehingga aktifitas pelayanan Kantor Akuntan Publik juga lebih kompleks dan membutuhkan suatu kualitas pelayanan yang cepat dan akurat.

Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, kesetiaan klien adalah suatu komponen yang penting dari persepsi pelanggan. Penelitian

(Ismail, *et al.*, 2006) menyatakan bahwa pelanggan tidak merasa kualitas sebagai *one-dimensional* konsep. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.* (1998) yang menemukan bahwa pelanggan mempertimbangkan lima dimensi di dalam penilaian kualitas pelayanan (yakni *tangible*, *reliability*, *responseveness*, *assurance* dan *empathy*).

Parasuraman *et al.* (1998) menjelaskan kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu: 1) *Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (contoh: gedung, gudang, teknogi, dan lain-lain), 2) *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, 3) *Responsiveness* yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, 4) *assurance* yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, 5) *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Sehingga berdasarkan lima dimensi tersebut, maka penelitian ini akan meneliti mengenai hubungan kualitas jasa audit dan kepuasan pelanggan pada Kantor Akuntan Publik di Pulau Jawa.

### **Perumusan Masalah**

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Harapan dan kebutuhan pelanggan dapat

terpenuhi jika pemberi pelayanan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memuaskan harapan dan kebutuhan pelanggan. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Sesuai dengan pendapat Cronin dan Taylor (1992) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh tingkat kualitas jasa yang akan mereka terima. Selanjutnya, dinyatakan bahwa kinerja jasa akan menjadi faktor penentu kepuasan konsumen. Sesuai dengan konsep kepuasan maka harapan konsumen dianggap sebagai konsep kumulatif dari beberapa transaksi, artinya kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh pengalaman terhadap kinerja suatu jasa sebanyak akumulasi pengalaman yang ditujukan kepada harapan secara keseluruhan terhadap jasa tersebut.

Kantor Akuntan Publik (KAP) sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, harus dapat memberikan jasa yang berkualitas guna dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan



(klien) KAP dipengaruhi oleh banyak dimensi, Ismail *et al.* (2006) menggunakan dimensi-dimensi kualitas jasa yang diberikan oleh KAP dilihat dari dimensi: *tangible, reliability, responseveness, empathy* dan *assurance*.

Parasuraman (1998) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu: 1) Dimensi Wujud Fisik (*Tangible*), 2) Dimensi Keandalan (*reliability*), 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), 5) Empati (*empathy*). Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan klien?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan klien?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi daya tanggap (*reponsiveness*) terhadap kepuasan klien?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan klien?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi empati (*empathy*) terhadap kepuasan klien?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris tentang:

1. Pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan klien.
2. Pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan klien.
3. Pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi daya tanggap (*reponsiveness*) terhadap kepuasan klien.
4. Pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan klien.
5. Pengaruh kualitas jasa audit dari dimensi empati (*empathy*) terhadap kepuasan klien.

### **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan, terutama tentang hubungan kualitas jasa audit dan kepuasan klien Kantor Akuntan Publik dilihat dari dimensi kualitas jasa audit, sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)
2. Kehandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*reponsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

### **Sistematika Penulisan**

Penelitian ini akan disusun dengan sistematika yang di bagi dalam 5 bagian, bagian I merupakan pendahuluan yang akan membahas fenomena empiris yang menjadi latar belakang penelitian. Selanjutnya bagian tersebut akan menguraikan perumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian yang dilakukan. Pada bagian II berisi tinjauan pustaka yang menjadi acuan pemahaman teoritis dalam penelitian ini, review penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran teoritis serta pengembangan hipotesis penelitian.

Bagian III akan menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian ini, yang antara lain meliputi Desain Penelitian, Populasi, Unit Analisis, Ukuran Sampel, Teknik Sampel, Respon Rate dan Jumlah Responden, Variabel Penelitian dan Definisi Variabel Operasional dan Instrumen Penelitian, serta Teknik Analisis Data.

Bab IV akan meguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian. Bab V menguraikan kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian, keterbatasan dan saran-saran terhadap pengembangan teori dan aplikasi.